

Hiscox-Studie zeigt: Deutsche Kleinunternehmer optimistisch wie nie



Tobias Wenhart

© HISCOX

Deutsches Vierjahres-Hoch im Optimismus-Ranking / Angst vor Cyber-Attacken, Zahlungsausfall auf Kundenseite und Datenverlust trüben den Höhenflug / Oft nur minimale Absicherung gegen Geschäftsrisiken und gravierende Wissenslücken in Bezug auf Policen

Im Optimismus-Ranking des jährlich erstellten „Hiscox DNA of an Entrepreneur Report 2016“ erreicht Deutschland seinen persönlichen Höchstwert seit vier Jahren: 65% der deutschen Kleinunternehmer erwarten in den kommenden zwölf Monaten eine Verbesserung ihrer wirtschaftlichen Lage (2015: 61%; 2014: 60%; 2013: 57%). Im Ländervergleich klettert Deutschland damit von Platz fünf auf den zweiten Platz hinter den USA (68%). Die Aufbruchsstimmung der deutschen KMU hebt sich deutlich von den Befragungsergebnissen der anderen Nationen ab: Im Vergleich zum Vorjahr ist in allen Ländern der Optimismus gesunken – auch beim Spitzenreiter USA (2015: 69%). Im Mittelfeld des Rankings liegen die Niederlande (2016: 64%; 2015: 65%), Spanien (2016: 62%; 2015: 65%) und Großbritannien (2016: 60%; 2015: 64%). Weit abgeschlagen ist Frankreich: Nur 41% der Unternehmer blicken positiv in die Zukunft (2015: 43%).

Geschäftsrisiken trüben den Optimismus

Trotz des Optimismus-Hochs ist der Anteil der deutschen Kleinunternehmer, die sich finanziell besser aufgestellt fühlen als noch vor einem Jahr, von 33% (2015) auf 31% (2016) gesunken. Ein Grund dafür könnten geschäftsbedrohende, nicht abgesicherte Gefahren sein. Tobias Wenhart, Manager Products & Underwriting bei Hiscox Deutschland, zu den Top drei der nicht versicherten Risiken: „Nahezu die Hälfte der Befragten (47%) sieht die größte Gefahr darin, dass erbrachte Leistungen vom Kunden nicht bezahlt werden. Für fast jeden Dritten (29%) stellt der Verlust von

Daten oder geistigem Eigentum eine ernstzunehmende Bedrohung dar. Hinzu kommen neue Risiken, wie etwa durch Cyber-Attacken.“

Bewusstsein für Cyber-Risiken wächst

Erstmals nennen die deutschen Studienteilnehmer auch Hacking und Cyberkriminalität unter den Top drei der nicht abgesicherten Risiken: Ein Viertel der Befragten (25%) und damit bereits 5% mehr als noch 2015 erkennen die digitalen Gefahren für ihr Geschäft. Mit einem Anteil von 14% haben die deutschen KMU im Ländervergleich schon am häufigsten eine Cyber-Attacke erlebt. Hinsichtlich der dadurch entstandenen Schäden traf es die Unternehmen anderer Länder jedoch härter. 37% der spanischen und 31% der britischen Betroffenen gaben an, schwere Verluste erlitten zu haben. In Deutschland bestätigt dies rund jeder vierte Betroffene (26%).

Hiscox-Experte Tobias Wenhart kommentiert: „Verblüffend ist, dass die deutschen Unternehmer das Risiko von Cyber-Attacken zwar immer häufiger auf ihrer Agenda haben, jedoch nach wie vor nur unzureichend darauf vorbereitet sind. Lediglich rund einer von 20 Befragten (6%) besitzt eine Datenrisiken-Versicherung – damit belegt die Bundesrepublik zusammen mit den Niederlanden den vorletzten Platz im Ranking. Im Vergleich zum Vorjahr fiel der Anteil der deutschen Unternehmer, die bereits eine Cyber-Police abgeschlossen haben und damit gegen die hohen Schäden eines Angriffs abgesichert sind, sogar um zwei Prozentpunkte. Oftmals haben die Kleinunternehmer gar keine Kenntnis darüber, welche Versicherungsoptionen ihnen hier offenstehen.“

Hiscox DNA of an Entrepreneur Report

2016

Ländervergleich: Deutsche Unternehmer blicken optimistisch wie nie in die Zukunft



Bewusstsein der Kleinunternehmer für Cyber-Risiken wächst



Absicherung der deutschen Kleinunternehmen gegen Geschäftsrisiken



Befragt wurden im Auftrag von Hiscox 4.000 Geschäftsführer und Gesellschafter von Unternehmen unterschiedlicher Branchen mit maximal 50 Angestellten in Deutschland, Großbritannien, USA, den Niederlanden, Frankreich und Spanien. Der *The Hiscox DNA of an Entrepreneur Report 2016* wurde zum achten Mal veröffentlicht.

HISCOX

© Hiscox

Wissenslücken führen zu defizitärer Absicherung

So ergab die Befragung, dass nur etwa ein Drittel (30%) der deutschen KMU weiß, welche Versicherungen es für ihr Unternehmen gibt und gegen welche Risiken sie sich absichern können. Fast jeder Vierte (23%) findet es schwierig, eine Versicherungsdeckung zu finden, die genau auf den eigenen Geschäftstyp zugeschnitten ist. Entsprechend lückenhaft ist hierzulande auch die

tatsächliche Absicherung der Kleinunternehmer. So sichern etwa 14% der Befragten ihre Sachanlagen bzw. ihren Transport nur mit dem gesetzlichen Mindestschutz ab – 5% mehr als noch 2015. Spitzenreiter bei den abgeschlossenen Versicherungen ist und bleibt die allgemeine Haftpflichtversicherung (2016: 56%; 2015: 55%).

Tobias Wenhart führt aus: „Viele Unternehmen denken, sie wären mit einer Haftpflichtversicherung umfassend abgesichert. Dass dies ein Trugschluss, erkennen sie meist erst im Ernstfall. Dabei gibt es für zahlreiche Geschäftstypen ein passgenaues Angebot. Seit mehr als einem Jahr entwickeln wir in enger Zusammenarbeit mit unseren Maklern solche maßgeschneiderten Versicherungen, die die speziellen Bedürfnisse von kleinen und mittleren Unternehmen decken.“

Pressekontakt:

Yvonne Kautzner

Telefon: +49 (0) 89 54 58 01 566

E-Mail: yvonne.kautzner@hiscox.de

Unternehmen

HISCOX

Arnulfstraße 31

80636 München

Internet: www.hiscox.de

Über HISCOX

Hiscox ist ein internationaler Spezialversicherer mit einem auf die Absicherung beruflicher Risiken, privater Vermögenswerte und Spezialrisiken fokussierten Versicherungsportfolio. Gegründet vor über 100 Jahren ist das Unternehmen an der London Stock Exchange notiert (LSE:HSX) und hat Büros in vierzehn Ländern. Kunden mit hochwertigem Privatbesitz bietet Hiscox Versicherungen mit einer umfassenden Allgefahrendeckung, insbesondere für Kunst, wertvollen Hausrat, Ferienhäuser und Oldtimer sowie Lösegeldversicherungen. Für Kunstsammlungen und Kunstausstellungen bietet Hiscox spezielle Konzepte an. Für Geschäftskunden bietet Hiscox branchenspezifische Vermögensschadenhaftpflicht-, D&O- und Cyberversicherungen, die auf mittelständische Dienstleistungsunternehmen zugeschnitten sind. Hier konzentriert sich Hiscox auf die IT-, Medien, Telekommunikations- sowie Unternehmensberatungsbranche.